

PENGARUH SIKAP MEREK TERHADAP EQUITAS  
MEREK OBAT NYAMUK CAIR MEREK HIT  
DI TOKO LESTARI SIDOARJO

SKRIPSI



Oleh:

Eko Yuliano  
0912010212/ FE/EM

FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL 'VETERAN'  
JAWA TIMUR  
2014

PENGARUH SIKAP MEREK TERHADAP EQUITAS  
MEREK OBAT NYAMUK CAIR MEREK HIT  
DI TOKO LESTARI SIDOARJO

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Jurusan Manajemen



Oleh:

Eko Yuliano  
0912010212/ FE/EM

FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL 'VETERAN'  
JAWA TIMUR  
2014

PENGARUH SIKAP MEREK TERHADAP EQUITAS  
MEREK OBAT NYAMUK CAIR MEREK HIT  
DI TOKO LESTARI SIDOARJO

Yang diajukan

Eko Yuliano  
0912010212/ FE/EM

Telah disetujui untuk diseminarkan oleh

Pembimbing Utama

Dra.Ec.Hj.Lucky Susilowaty,MP

Tanggal : .....

Mengetahui  
Ketua Jurusan Progam Studi Manajemen

Dr.Muhadjir Anwar.MM  
NIP. 19650907199103101

PENGARUH SIKAP MEREK TERHADAP EQUITAS  
MEREK OBAT NYAMUK CAIR MEREK HIT  
DI TOKO LESTARI SIDOARJO

Yang diajukan

Eko Yuliano  
0912010212/ FE/EM

Telah diseminarkan dan disetujui untuk menyusun skripsi oleh

Pembimbing Utama

Dra.Ec.Hj.Lucky Susilowaty,MP

Tanggal : .....

Mengetahui  
Ketua Jurusan Progam Studi Manajemen

Dr.Muhadjir Anwar.MM  
NIP. 19650907199103101

SKRIPSI

PENGARUH SIKAP MEREK TERHADAP EQUITAS  
MEREK OBAT NYAMUK CAIR MEREK HIT  
DI TOKO LESTARI SIDOARJO

Yang diajukan

Eko Yuliano  
0912010212/ FE/EM

Disetujui untuk Ujian Lisan oleh

Pembimbing Utama

Dra.Ec.Hj.Lucky Susilowati,MP

Tanggal : .....

Mengetahui  
Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Drs. Ec. H. R. A. Suwaedi, MS  
NIP.196003301986031003

# SKRIPSI

## PENGARUH SIKAP MEREK TERHADAP EQUITAS MEREK OBAT NYAMUK CAIR MEREK HIT DI TOKO LESTARI SIDOARJO

Disusun Oleh :

EKO YULIANTO

0912010212/FE/EM

Telah Dipertahankan Dihadapan Dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi  
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur  
Pada Tanggal 16 Januari 2014

Pembimbing :  
Pembimbing Utama

Tim Penguji :  
Ketua

Dra.Ec. Luky Susilowati, MP  
NIP. 195602171988032001

Dr. Prasetyohadi, SE, MM  
NIP. 196008041989031001  
Sekretaris

Dra.Ec. Luky Susilowati, MP  
NIP. 195602171988032001  
Anggota

Drs. Ec. Pandji Soegiono, SE, MM  
NIP. 196410231990031002

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”  
Jawa Timur Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Dhani Ichsanuddin Nur, MM  
NIP. 196309241989031001

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb.

Dengan memanjatkan puji syukur kepada Allah SWT, atas rahmat dan berkat-Nya yang diberikan kepada penyusun sehingga skripsi yang berjudul “Pengaruh Sikap Merek Terhadap Equitas Merek Obat Nyamuk Cair Merek HIT Di Toko Lestari Sidoarjo”.

Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi syarat penyelesaian Studi Pendidikan Strata Satu, Fakultas Ekonomi jurusan Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberi bimbingan, petunjuk serta bantuan baik spirituil maupun materiil, khususnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Sudarto, MP selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Dhani Ichsanudin Nur. SE, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Dr. Muhadjir Anwar,MM, MS. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Dra.Ec.Hj.Lucky Susilowaty,MP selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan bimbingan skripsi sehingga peneliti bisa merampungkan tugas skripsinya

5. Para Dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama menjadi mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
6. Kepada kedua orangtuaku dan adikku tercinta yang telah memberikan dukungan baik moril ataupun material.
7. Berbagai pihak yang turut membantu dan menyediakan waktunya demi terselesainya skripsi ini yang tidak dapat penyusun sebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa apa yang telah disusun dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis sangat berharap saran dan kritik membangun dari pembaca dan pihak lain.

Akhir kata, Peneliti berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Salam hormat,

Surabaya, Desember 2013

Peneliti



## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI .....	ii
DAFTAR TABEL .....	iii
DAFTAR GAMBAR .....	iv
DAFTAR LAMPIRAN .....	v
ABSTRAKSI .....	vi
<b>BAB I    PENDAHULUAN</b>	
1.1    Latar Belakang Masalah.....	1
1.2    Perumusan Masalah .....	6
1.3    Tujuan Penelitian .....	6
1.4    Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II   TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1    Hasil Penelitian Terdahulu .....	7
2.2    Landasan Teori .....	10
2.2.1    Sikap Merek .....	10
2.2.1.1. Pengertian Sikap merek.....	10
2.2.1.2. Model sikap.....	11
2.2.1.3. Fungsi Sikap .....	13
2.2.1.4. Faktor Sikap Konsumen .....	14
2.2.2.    Equitas Merek.....	15
2.2.2.1. Pengertian Equitas Merek.....	15
2.2.2.2. Unsur-Unsur Brand Equity .....	16
2.2.3.    Pengaruh Sikap Merek Terhadap Equitas Merek ....	20
2.3.    Kerangka Konseptual.....	21
2.4.    Hipotesis.....	21

### BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	22
3.1.1.	Pengukuran Variabel .....	23
3.2	Teknik Penentuan Sampel .....	24
3.3	Teknik Pengumpulan data.....	25
3.3.1.	Jenis data .....	25
3.3.2.	Sumber Data .....	25
3.3.3.	Pengumpulan Data .....	25
3.4	Uji Validitas Dan Reliabilitas .....	25
3.4.1	Uji Validitas .....	25
3.4.2.	Uji Reliabilitas.....	26
3.5.	Teknik Analisis Dan Uji Hipotesis .....	26
3.5.1.	Teknik Analisis .....	26
3.5.1.1.	Cara Kerja PLS .....	28
3.5.1.2.	Model Spesifikasi PLS .....	28
3.5.1.3.	Langkah-Langkah PLS .....	29

### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1.	Deskripsi Hasil Penelitian .....	41
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan .....	41
4.2.	Analisa Karakteristik responden.....	41
4.2.1.	Deskripsi Variabel.....	43
4.2.1.1.	Deskripsi Variabel sikap merek .....	43
4.2.1.2.	Dekripsi Variabel Equitas merek .....	44
4.3.	Analisa Data .....	46
4.3.1.	Evaluasi Outlier .....	46
4.3.2.	Intrepretasi Hasil PLS .....	48
4.3.2.1.	Pengujian Model Pengukuran (Outter Model) .	48
4.3.2.2.	Analisis Model PLS .....	52
4.3.2.3.	Evaluasi Pengujian Struktural Model (Inner Model)	53
4.4.	Pembahasan.....	54
4.4.1.	Pengaruh Sikap merek Terhadap Equitas Merek.....	54

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan .....	56
5.2. Saran .....	56

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Top brand Index Obat Nyamuk cair Hit .....	4
Tabel 1.2.	Data Penjualan Obat Nyamuk Merek Hit 2012.....	6
Tabel 4.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
Tabel 4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	42
Tabel 4.3.	Frekuensi Jawaban Mengenai Sikap merek .....	43
Tabel 4.4.	Frekuensi Jawaban Equitas Merek .....	44
Tabel 4.5	Frekuensi jawaban loyalitas merek.....	45
Tabel 4.6.	Outlier Data .....	47
Tabel 4.7.	Outter Louding First Order .....	48
Tabel 4.8.	Outter Louding Second Order .....	49
Tabel 4.9.	Average Variance Extract (AVE) .....	51
Tabel 4.10.	Reliabilitas Data .....	52
Tabel 4.11.	R-Aquare .....	53
Tabel 4.12.	Inner Weight.....	54

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Hubungan Antar 3 Komponen Sikap.....	12
Gambar 3.1.	Langkah-Langkah Analisis PLS.....	29
Gambar 3.2.	Contoh Diagram Jalur PLS .....	31
Gambar 4.1.	Diagram Jalur hasil PLS .....	52

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner

Lampiran 2 : Tabulasi Jawaban Responden

Lampiran 3 : Hasil Uji Outlier

Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas, Reliabilitas dan Normalitas

Lampiran 5 : Hasil Uji PLS

# PENGARUH SIKAP MEREK TERHADAP EQUITAS MEREK OBAT NYAMUK CAIR MEREK HIT DI TOKO LESTARI SIDOARJO

Oleh :

EKO YULIANTO  
0912010212/FE/EM

## ABSTRAKSI

Konsumen obat nyamuk saat ini ditawarkan oleh produsen dengan berbagai macam obat nyamuk. Merek obat nyamuk itu diantaranya adalah HIT. Berbagai macam obat nyamuk dengan merek yang berbeda itu akan mengandalkan produknya kepada konsumen melalui media yang ada. Persaingan semakin ketat dan produsen main berlomba-lomba untuk mendapatkan calon pembeli dengan berbagai cara, mulai dari mengubah kemasan sehingga terlihat menarik, potongan harga, pemberian hadiah kepada konsumen. Adanya isu bahwa Obat nyamuk Hit yang dianggap berbahaya bagi kesehatan, tentu disambut dengan kelaguan. Lantas bagaimana memilih obat nyamuk aman dan nyaman. Penarikan dan pemusnahan obat nyamuk HIT 2, 1A dan HIT 17L yang mengandung pestisida berbahaya (zat kimia duklorvos yang berefek samping kanker hati dan lambung), akan berdampak tidak baik bagi konsumen. Tujuan penelitian ini Untuk mengetahui pengaruh sikap merek terhadap equitas merek Obat nyamuk cair HIT di Toko Lestari Sidoarjo.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan produk obat nyamuk merek HIT di Toko Serba ada “ Lestari” Sidoarjo. Teknik sampel menggunakan “ Purposive Sampling “. Dengan jumlah sampel sebesar 48 responden. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan Partial Least Square (PLS) yang merupakan metode analisis yang powerful karena tidak didasarkan pada banyak asumsi.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa sikap merek yang bagus maka dapat meningkatkan equitas merek obat nyamuk cair HIT.

Keywords : sikap merek, equitas merek

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Semakin tumbuh dan berkembangnya perusahaan dengan produk sejenis mengakibatkan persaingan semakin ketat. Untuk bisa menghadapi persaingan tersebut, perusahaan dituntut untuk lebih memperhatikan perilaku konsumen yang setiap saat berubah karena banyaknya variabel yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli barang dan jasa. Dalam rangka inilah perusahaan sebagai produsen harus melaksanakan kegiatan pemasaran yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen dengan cara mempertahankan keberadaan produk dan mengembangkan untuk mendapatkan laba yang optimal.

Hal ini sangat penting bagi produsen untuk memahami dan mengerti mengapa dan bagaimana konsumen itu memilih dan pada akhirnya membeli suatu produk. Perilaku pembelian seseorang dapat dikatakan unik, karena preferensi dan sikap terhadap obyek setiap orang berbeda. Selain itu konsumen berasal dari beberapa segmen, sehingga apa yang diinginkan dan dibutuhkan berbeda. Produsen perlu memahami perilaku konsumen terhadap produk atau merk yang ada di pasar, selanjutnya perlu dilakukan berbagai cara untuk membuat konsumen tertarik terhadap produk yang dihasilkan.

Dari segi ketangkasan, semakin lama perusahaan menanggapi krisis pemasaran, maka semakin besar kemungkinan konsumen membentuk kesan negative sebagai akibat dari liputan media atau omongan-omongan yang tidak menyenangkan. Sesungguhnya sama sekali tidak menyukai merek itu dan secara



permanent beralih ke merek atau produk alternative. Kedua, tindakan yang tangkas juga harus muncul bersama kejujuran. Semakin jujur tanggapan yang dilakukan perusahaan dari segi pengetahuan publik tentang kehebatan dampaknya terhadap konsumen dan keinginan perusahaan untuk melakukan langkah apa saja yang perlu dan masuk akal untuk menyelesaikan krisis maka semakin kecil kemungkinan konsumen membentuk kaitan-kaitan negatif

Sikap positif suatu konsumen terhadap merek akan memungkinkan konsumen melakukan pembelian sedangkan sikap negatif akan menghalangi konsumen dalam melakukan pembelian. Chang et.al. (2008) Dengan demikian tampak jelas bahwa sikap merek berkaitan dengan ekuitas merek, dalam hal ini adalah pangsa pasar. Hasil penelitian Chang et.al. (2008) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara sikap merek terhadap ekuitas merek.

Ekuitas merek juga dipengaruhi oleh sikap merek. Dimana keduanya secara mendasar merupakan evaluasi konsumen terhadap merek. Disamping itu Hasil penelitian Sitinjak dan Tumpal (2005) menemukan pengaruh yang signifikan antara citra merek terhadap ekuitas merek dan tidak terdapat bukti empiris pengaruh langsung antara sikap merek terhadap sikap merek terhadap ekuitas merek. Tetapi hasil penelitian tersebut berbeda dengan Woodside dan Walser (2009) yang menyatakan tidak terdapat pengaruh dari citra merek (brand image) terhadap ekuitas merek (brand equity). Hasil penelitian Chang et.al. (2008) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh langsung yang signifikan antara sikap merek (brand attitude) terhadap ekuitas merek (brand equity).

Demikian halnya dengan produk pembasmi nyamuk yang merupakan salah satu produk kebutuhan sehari-hari yang bermanfaat untuk menjaga kesehatan keluarga dari gigitan nyamuk yang bisa mengakibatkan demam berdarah. Konsumen obat nyamuk saat ini ditawarkan oleh produsen dengan berbagai macam merek obat nyamuk. Merek obat nyamuk itu diantaranya adalah HIT. Berbagai macam obat nyamuk dengan merek yang berbeda itu akan mengandalkan produknya kepada konsumen melalui media yang ada. Persaingan semakin ketat dan produsen makin berlomba-lomba untuk mendapatkan calon pembeli dengan berbagai cara, mulai dari mengubah kemasan sehingga terlihat menarik, potongan harga, pemberian hadiah kepada konsumen.

Ekuitas merek (brand equity) merupakan daya tarik yang ditambahkan kepada pelanggan yang berupa penghargaan kepada sebuah merek produk atau jasa. Nilai sebuah nama merek yang ditambahkan pada suatu produk merupakan gambaran dari ekuitas merek (Killa, 2008 ; Chang et.al., (2008) dalam Pantawis dan Risky,(2011). Aaker (dalam Ferrinadewi, 2008) mendefinisikan brand equity atau ekuitas merek sebagai sejumlah aset dan kewajiban yang berhubungan dengan merek, namanya dan simbol, yang menambah atau mengurangi nilai produk atau jasa bagi perusahaan atau bagi pelanggan.

Tetapi dalam salah satu penghargaan mengenai kekuatan suatu merek yaitu Top Brand Index (TBI) ternyata obat nyamuk HIT berdasarkan survey masih kalah bersaing dengan Baygon, dari keterangan tersebut disajikan tabel sebagai berikut:

Tabel 1.1. Top Brand Index Obat Nyamuk Cair Merek Hit

Produk	2010	2011	2012
Baygon	69.40%	67.10%	65.10%
Hit	25.70%	29.50%	29%
Vape	1.60%	2%	1.50%

Sumber : [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com).2012

Berdasarkan tabel di atas dimana di tahun 2010 baygon memiliki TBI (top brand index) sebesar 69,4% kemudian disusul dengan Hit sebesar 25,7% dan force magic sebesar 1,2% di peringkat terakhir adalah Vape sebesar 1,6%. kemudian di tahun 2011 posisi pertama masih diduduki oleh Baygon dengan TBI sebesar 67,1% dan HIT sebesar 29,5% kemudin disusul oleh Vape 2%. Tetapi tahun 2012 HIT menududuki tempat kedua dengan tbi sebesar 29,% kemudian berikutnya oleh Baygon peringkat 1 sebesar 65,1%.

Adanya isu bahwa Obat nyamuk Hit yang dianggap berbahaya bagi kesehatan, tentu disambut dengan kelegaan. Lantas bagaimana memilih obat nyamuk aman dan nyaman. Penarikan dan pemusnahan obat nyamuk HIT 2,1A dan HIT 17L yang mengandung pestisida berbahaya (zat kimia diklorvos yang berefek samping kanker hati dan lambung), akan berdampak tidak baik untuk konsumen. Demikian disampaikan Ketua Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), Huzna Zahir. Kendati demikian, YLKI sangat menyesalkan mengapa baru sekarang dilakukan tindakan seperti itu.(Majalah Nova.2013).

Tabel 1.2. Data Penjualan Obat Nyamuk cair Hits Di Toko Lestari Sidoarjo 2012

No	Bulan	Item Terjual
1	Januari	15
2	Februari	21
3	Maret	11
4	April	9
5	Mei	5
6	Juni	9
7	July	14
8	Agustus	13
9	September	17
10	Oktober	21
11	November	12
12	Desember	8
Jumlah		155

Sumber : Toko Lestari, 2012

Berdasarkan tabel di atas bahwa hasil tersebut menunjukkan adanya sebuah kejenuhan dan penurunan antusias konsumen dalam menggunakan obat nyamuk cair merek Hit di pasaran dan bermunculan produk baru yang lebih menarik dipasaran. Hal ini disebabkan karena keunggulan produk yang disampaikan dalam iklan Merek tidak sesuai dengan kondisi produk yang sebenarnya, sehingga bagi konsumen yang sering mengalami hal seperti ini akan meragukan kebenaran isi pesan yang disampaikan dalam iklan tersebut, selain itu kurangnya upaya perusahaan untuk mengenalkan merek produk ke pasar dengan berbagai inovasi, misalnya dalam bentuk kemasan, dan varians yang berbeda, dengan begitu konsumen akan mempunyai alternatif pilihan dalam membeli produk tersebut. Sehingga akan mendapatkan respon dari konsumen secara luas dan memiliki market share tersendiri.

Berdasarkan kejadian tersebut maka ekuitas obat nyamuk cair merek agak kurang diterima, sebab pada umumnya semakin ekuitas merek dan citra perusahaan yang kuat dan mantap khususnya dengan respek terhadap kredibilitas

dan kepercayaan perusahaan semakin besar perusahaan semakin dapat menenangkan badai. Akan tetapi persiapan yang cermat dan program manajemen krisis yang baik juga penting. Kunci untuk mengelola krisis adalah konsumen melihat tanggapan dari pihak perusahaan sebagai tangkas dan jujur.

Berdasarkan uraian fenomena diatas, maka penelitian ini mengambil judul “Pengaruh Sikap Merek Terhadap Equitas Merek Obat Nyamuk Cair Merek HIT Di Toko Lestari Sidoarjo”

### 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut: apakah sikap merek berpengaruh terhadap ekuitas merek Obat nyamuk cair Hit di Toko Lestari Sidoarjo?

### 1.3. Tujuan Penelitian

Atas dasar perumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah : Untuk mengetahui pengaruh sikap merek terhadap ekuitas merek Obat nyamuk cair Hit di Toko Lestari Sidoarjo.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian yang penulis lakukan nantinya diharapkan dapat bermanfaat dan berguna antara lain :

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ide dan pemikiran pada Toko Lestari Sidoarjo dalam meningkatkan ekuitas mereknya
2. Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan dapat memacu pihak lainnya yang akan mengembangkan penelitian serupa lebih lanjut.